Warenpreispolitik in der freien Konkurrenz und in der Korporation und ihr zukünftiges Ingeltungbleiben

---

Auszug aus einer Dissertation

zur

Erlangung der Würde eines doctor rerum politicarum

bei der

Hohen Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät
der Schlesischen Friedrich-Wilhelms-Universität zu Breslau

vorgelegt von

Curt von Czettritz und Neuhaus
Rittmeister a. D.

Breslau 1921.
Druck von Otto Gutsmann, Breslau, Schuhbrücke 32.

Gedruckt mit Genehmigung der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Breslau.
Berichterstatter: Prof. Dr. Waldemar Mitscherlich.

R. UNIV. BIBLIOTHEEK LEIDEN

Einleitung. Zweck der Arbeit: Vorschlag zur Erfassung des Begriffs der „Warenpreispolitik in der freien Konkurrenz und in der Korporation", um dadurch einen Maßstab zur Beurteilung der Berechtigung der Forderung nach mehr Spezialisierung zu gewinnen. — Ein Schema dient zur Einordnung des Themas in den gesamten Komplex der praktischen und theoretischen Nationalökonomie.

Hauptteil A: „Die Preispolitik in der freien Konkurrenz und in der Korporation."

Unterteil I: „Personeller Teil": Die Eigenarten der 3 Wirtschaftsinstanzen des Produzenten, des Händlers und des Konsumenten mit Bezug auf die Preispolitik.

Unterteil II: „Funktioneller Teil."

Abschnitt 1: Eine historische und theoretische Anknüpfung der Preispolitik an die normale Preisbildung (mit einem Exkurs über die subjektive und objektive Preistheorie).

Abschnitt 2: „Die ausführliche Besprechung der Warenpreispolitik selbst".

A, II, Abschn. 2: 1: Definition: Die Warenpreispolitik in der freien Konkurrenz und in der Korporation besteht in Massen-An- und Verkauf (aktive Preispolitik) oder in dem Sichenthalten von jedem An- und Verkauf (passive Preispolitik) zwecks Erreichung einer mehr oder weniger ausgesprochenen Machtstellung (Monopolstellung), d. h. zwecks Ausschaltung des Konkurrenten und Übervorteilung des Kontrahenten, d. h. zwecks Erzwingung „ungerechtfertigt" billiger An- und teurer Verkaufspreise, d. h. zwecks Erlangung „ungerechtfertigten" Gewinns (aggressive Preispolitik) oder in der Abwehr dieses Angriffs (defensive Preispolitik).

A, II, Abschn. 2: 3c: Gründe, die die Produzenten und Händler zur Preispolitik veranlassen können, und entsprechende Gegengründe.

A, II, Abschn. 2: 3d, e, f: Die Konsumenten können schlecht eine passive Preispolitik treiben, besser eine aktive und im allgemeinen nur eine defensive.

Unterteil III: „Die Wirkungen der freien Konkurrenz auf die Warenpreispolitik."

A, III, 2: „Die freie Konkurrenz richtet ihre Preispolitik unter modernen, normalen Verhältnissen zunächst mehr gegen Neben- und Zwischenkonkurrenten als gegen Kontrahenten."

A, III, 3: Die freie Konkurrenz vermindert den Nebenkonkurrenten den „ungerechtfertigten" Gewinn.

A, III, 4: Die freie Konkurrenz erniedrigt, nivelliert und stabilisiert für die Kontrahenten die Warenpreise.

A, III, 5 und 6: Eine zusammenfassende Betrachtung der volkswirtschaftlichen und rechtlichen Wirkungen der freien Konkurrenz auf die Preispolitik lehrt, daß die freie Konkurrenz im allgemeinen volkswirtschaftlich günstig wirkt. Denn sie lockt einerseits zur Preispolitik an (und somit zur Einsetzung aller Kräfte), beschneidet aber andererseits zugleich die Auswüchse der Preispolitik.

Unterteil IV: „Wirkungen der Korporation auf die Warenpreispolitik."

A, IV, 2: Die „exklusive" Korporation führt oft eine zu aggressive, für die Volkswirtschaft ungünstige Preispolitik.

A, IV, 3: Die „expansive" Korporation führt dagegen sehr oft eine volkswirtschaftlich unschädliche Preispolitik.

A, IV, 4, 5: Die Inkorporierung erleichtert für die 3 Wirtschaftsinstanzen die Preispolitik gegenüber den nicht inkorporierten Wirtschaftssubjekten.

A, IV, 7: Die Korporationen halten sich gegenseitig in ihrer Preispolitik in Schach.

Hauptteil B: „Das zukünftige Ingeltungbleiben der Preispolitik in der freien Konkurrenz und in der Korporation."

Unterteil I: Die Behauptung von der voraussichtlichen Dauerhaftigkeit der gegenwärtigen „4. Wirtschaftsstufe" in Prof. Mitscherlichs „Skizze einer Wirtschaftsstufentheorie" und damit die Behauptung der Dauerhaftigkeit der Individualwirtschaft mit ihrer „Preispolitik in der freien Konkurrenz" und der korporativen Wirtschaft mit ihrer „Preispolitik in der Korporation."

Bezüglich des Etnteilungsprinzipes der herangezogenen Wirtschaftsstufentheorie, *nämlich* bezüglich *des Individualismus und Universalismus,* bringen:

B, I, 1: ihre Bedeutung

a) als Kulturrichtungen,

b) im Wirtschaftsleben,

aa) als Formen,

bb) als moralische Tendenzen,

B, I, 2: die Schwierigkeit ihrer gegenseitigen Abgrenzung,

B, I, 3: ihre graduelle oder generelle Unterschiedlichkeit (Dualismus oder Monismus auf dem Gebiet der Moral?),

B, I, 4: Dualismus oder Monismus von Moral und Erkenntnis,

B, I, 5: die Frage nach ihrer Priorität,

B, I, 6: die Frage nach ihrer Primarität,

B, I, 7: das Maß ihres In-Erscheinung-Tretens,

B, I, 8: ihre Kontradiktorität,

B, I, 9: ihre Allgemeingültigkeit. (10—12 sind weniger wichtig.)

Unterteil II: Einwände gegen diese Behauptung des Unterteils I und deren Widerlegungen:

B, II, 1: 1. Einwand: Die Wirtschaftskämpfe der Gegenwart,

B, II, 2: 2. Einwand: Der Kreislauf der Wirtschaftsgeschichte.

B, II, 3: 3. Einwand: Der russische Bolschewismus.

B, II, 4: 4. Einwand: Mögliche Veränderungen durch den Fortschritt der Technik.

B, II, 5: 5. Einwand: Mögliche Veränderungen durch den Fortschritt der Chemie.

Unterteil III: Stützung der Behauptung des Unterteils I durch Heranziehung der Geschichte der geistigen Entfaltung des Menschen.

Schluß.